



4. ターゲットとする聴衆の数人(5~10人)にインタビューまたは調査を行う。
5. 彼らのフィードバックを記録する。
6. 製品のマーケティング」ワークシートに考察を記入する。
7. 必要であれば、彼らのフィードバックに基づいてマーケティング計画を更新する。別の戦略を試すか、あるいは実施した戦略を調整したほうがいいのかもかもしれない。